

博士学位論文審査結果報告書

(2016 年 3 月 7 日 提出)

- 1 審査委員氏名 池 田 潔
佐 竹 隆 幸
山 口 隆 英
- 2 提出者氏名 平 野 哲 也 (学籍番号: BD12B002)
- 3 論題 中小企業のアライアンス・ケイパビリティの発展に関する研究

4 論文の要旨

本論文の目的は、中小企業のアライアンス・ケイパビリティの発展プロセスについて明らかにすることにある。具体的には、日本中小企業（中小製造業）を対象に、その中小企業のアライアンス・ケイパビリティ（**alliance capability**）はいかに生まれ、発展するのかを、その企業家を分析単位とし、また、その企業家活動の発現としてのネットワークの持続的な事業活動までを「発展（**development**）」と定めて、その発展プロセスを検討することにある。ネットワークとアライアンスは企業間関係の形態として、戦略論や組織論、社会学といった社会科学の領域では幅広く扱われる概念である。その研究領域において、マネジメント（**management**）や組織能力の視点から考察する分野が、アライアンス・ケイパビリティ研究である。

日本中小企業は、国内市場の縮小やグローバル化の進展によって、その存立の行方が大きく問われている。中小製造業についていえば、大企業に左右されない経営行動が求められ、本論文が対象とする中小企業ネットワークはその背景のもと研究と実践が行われてきた。

本論文が事例研究として取り上げるゼネラルプロダクション株式会社（以下、ゼネプロとする）は、日本の中小企業ネットワークの研究史において、広域的なネットワーク構築を行う新規性の高い事例である。本論文では、ゼネプロおよびその創業者で代表の石崎義公氏を対象として、上記の研究課題を考察している。

本論文の特徴は以下の3点である。

- ①中小企業論において伝統的な中小企業本質論の再検討

- ②経営学の視点から方法論についての体系的なレビューを行うとともに、“ライフヒストリー”といった社会学の方法を採用した新しい質的研究の提示
- ③アライアンス・ケイパビリティの発展についての事例研究

本論文の構成と内容は以下になる。

序 章

第 1 章 中小企業本質論再考―地域中小企業論と欧米の研究動向を手がかりに―

第 2 章 中小企業の戦略論研究に関する理論的整理

第 3 章 中小企業ネットワーク、アライアンスの研究展望

―先行研究のレビューを中心に―

第 4 章 中小企業・アントレプレナーシップ研究における質的研究

―解釈主義アプローチを中心に―

第 5 章 中小企業ネットワークの史的展開

第 6 章 制度を「こえる」企業家のライフヒストリー

―ゼネラルプロダクション株式会社・石崎氏の事例から―

第 7 章 中小企業ネットワークの比較研究

第 8 章 中小企業経営者と研究者の実践

―東大阪橋梁維持管理研究会の仕事づくりのネットワーキング―

終 章

序章では、本論文の目的が中小企業のアライアンス・ケイパビリティの発展プロセスについて明らかとすることだとしている。すなわち、日本中小企業（中小製造業）を対象に、中小企業のアライアンス・ケイパビリティはいかに生まれ、発展するのかを、企業家を分析単位として、また、その企業家活動の発現としてのネットワークの持続的な事業活動までを「発展（development）」と定め、その発展プロセスを検討することとしている。

第 1 章では、本論文が研究領域とする中小企業研究の、日本における体系の 1 つである中小企業本質論の再検討を行っている。中小企業本質論の基本的な視点は山中（1948）がみるように、中小企業の①異質多元性を前提として、②中小企業群の存在について「国民経済」全体における「統一的理解」を目指し、③「国民経済経営的構造の場における問題性」としての中小工業（企業）の存在を扱うことにある。しかし、そういった視点のみでは「個」の中小企業研究を位置づけることはできないことを指摘する。本章では、まず組織論におけるメタ理論の視点にもとづき、これまで展開された日本の中小企業本質論をレビューする。メタ理論とはその領域で産出される理論や知識を俯瞰し、私たちが、例えば組織や戦略を扱う際にどのような視点で研究を行っているかを説明する理論のことである。

本章では、日本の中小企業本質論について、①中小企業に関する「構造的」（中小企業群・層に関する）把握を行うこと、②メタ理論についての言及とその多様性が不足していること、③方法論に対する言及が不足していること、といった特徴を導出している。その課題を受けて、より中小企業に関する特殊解を捉える視点として、池田（2002）の地域中小企業論の視点や「個」の実践を捉える欧米、とくにヨーロッパにおけるアントレプレナーシップ研究の視点をレビューしている。以上にもとづき、日本の中小企業研究のメタ理論の多様化の試みを図示している。

第2章では、第1章の「個」の中小企業に関する研究について、戦略論研究をテーマとし、中小企業の戦略論研究を行うための論点の整理を行っている。まず、戦略論の研究動向については概念の多義性、アプローチの多様性を指摘している。次に、ポストモダンの視点にもとづく実践としての戦略研究を概観しており、アメリカを起点とする実証主義による単一のものさしではなく、多元的な視点から戦略の問い直しをするもので、その展開や位置づけ、アプローチを紹介している。

続いて、中小企業研究と戦略論研究の対話について、フランスにおける経営学的アプローチをめぐるジレンマについて確認している。すなわち、フランスにおける経営学的アプローチに関する研究には、普遍的アプローチと条件適合的アプローチがあり、前者は中小企業における普遍的事実や本質的な側面を発見し普遍化・一般化するアプローチであるものの、中小企業の特徴を固定的にとらえてしまうことや、例外を排除してしまう危険性がある。一方、後者は普遍的アプローチに比べ、より中小企業の多様性を捉えることに対して現実的であるものの、すべての企業を特殊ケースとして扱ってしまい、一般化や理論化が不可能になってしまう危険性が指摘されている。中小企業の経営学的アプローチは上記のように両立しがたい視点をもって展開されてきた。

次に、日本の中小企業研究を戦略論との関係からみているが、中小企業を1つの層・群として捉える研究から、「個」の中小企業に関する（経営学的）研究の動きは確実に進みつつあることを確認している。以上から、中小企業の戦略論研究について、①特殊解の戦略研究の重要性、②中小企業研究におけるメタ理論のあり方、③特殊解を捉える方法論の必要性を指摘している。

第3章では、中小企業ネットワーク、アライアンスの研究展望について検討している。まず、既存の経営学ジャーナルにおいて、理論的視点やアプローチを整理している。また、その研究領域におけるアライアンスは「いかにマネジメントされるべきか」といった視点として、アライアンス・ケイパビリティに関する研究をレビューしている。アライアンス・ケイパビリティの構成要素や類似の概念、企業におけるアライアンスを動かす要素について確認している。続いて、中小企業・アントレプレナーシップ研究におけるネットワーク、アライアンスの議論をみている。経営者に着目した研究、スタートアップ期企業、ソーシ

ヤル・ネットワーク (social networks)、中小企業の製造ネットワーク (manufacturing networks of SMEs)、集積におけるネットワーク、国際合弁 (international joint venture) 等と多様な形態について研究がなされている一方、戦略的視点からの研究蓄積の相対的な少なさ (Street and Cameron, 2007) やネットワークの内容 (content)、ガバナンス (governance)、構造 (structure) について、それらの発展プロセスやダイナミクスに関する研究の必要性が指摘されていることを確認している (Hoang and Antoncic, 2003; Slotte-Kock and Coviello, 2009)。

当該分野におけるアライアンス・ケイパビリティに関連する研究蓄積をみた上で、その構成要素とかかわる実証研究は多数みられるものの、質的研究にもとづく中小企業のアライアンス・ケイパビリティの発展プロセスについては十分に明らかにされていない点を指摘している。その上で、質的研究の発展・深化と量的研究を融合した研究が望まれるとしており、中でもネットワーク・プロセスの研究においては時間軸を盛り込み、その役割や変化について考察することの重要性を指摘している。

第 4 章では、以上でみてきた「個」の中小企業に関する研究を行うための方法論 (methodology) について検討している。まず、社会科学におけるパラダイムの議論や実証主義と反実証主義のインプリケーション、質的研究のパラダイムの変遷を概観している。次に、具体的に質的研究について、量的研究とのデータ群、推論のモードの違いについて確認している。その上で、マネジメント領域と組織論における質的研究の議論をみている。当該分野では近年、質的研究に対する評価も転換点に向かっていることや解釈主義と質的研究の質に関する議論をみている。続いて、欧米の中小企業・アントレプレナーシップ研究における質的研究をみている。主要ジャーナルを渉猟する中で、欧米の中小企業・アントレプレナーシップ研究分野は機能主義者 (functionalist) の方向性について示していること、「プレ・パラディグマテック (pre-paradigmatic)」の段階、つまりパラダイム体系が確立される前の段階であり、議論や意見の衝突、創造性、新しい理論や理解を可能にするパースペクティブの広がりが求められているとする。そうした流れのなかにあって、近年ではヨーロッパ学派 (European school of entrepreneurship) といった主流とは異なる分析視点を提示した議論や、コンテキストの視点に関する議論があることを確認している。

日本の中小企業研究に対するインプリケーションとして、質的研究においては実証主義、量的研究による普遍的な法則定立的視点では捉えられない概念発展や仮説生成を行っていくことの重要性を指摘するとともに、中小企業政策においても質的研究の持つ意義について言及している。

第 5 章では、日本の中小企業ネットワークの史的展開を検討している。まず、1990 年代以降の中小企業の存立について、渡辺 (1995) がみるように、受注生産型中小企業の独自の企業戦略の必要性を指摘し、そのゆくえが問われていることを確認している。そこでは、

日本の中小企業ネットワークおよびその研究は、中小企業の「大企業に依存したビジネスモデルから脱却すること」を目的に注目を集めてきた経緯をもつことを確認している。

次に、日本における中小企業ネットワークの展開として、1960年代以降の同業種を中心とした組合から、1980年代に注目された異業種交流、そして、2000～2010年代の議論として中小企業連携を通じた中小企業の「自律化」のプロセスが指摘され（関, 2011）、日本の中小企業ネットワーク研究における1つの到達点として位置づけている。そして、2010年代に入って確認されたゼネプロの事例について、その概要と位置づけを行っている。具体的には、東大阪地域の中小企業ネットワークの実践としてみた上で、ゼネプロの①責任体制を内包したビジネスモデルの構築、②海外の受注獲得等の明確な目的を実現するリーダーシップの存在、③東大阪地域の国内有数の優れた技術をもつ単工程専門企業のコーディネート機能といった特徴を確認し、以下の章に続く研究課題を導出している。

第6章では、ゼネプロを設立した石崎義公氏がいかにして自らのアライアンス・ケイパビリティを発展させてきたかという問いに対して、石崎氏のライフヒストリーの視点から考察している。まず、石崎氏は、1991年のドイツ・ハノーバーメッセへの出展を機に、大企業と直接取引を実現するという成功体験を得た。石崎氏は当時の日本国内における取引慣習という制度を乗り越え、技術力のみで大企業と取引を成功させるという経験（論文作成者は、制度を『こえる』経験と表現している）を蓄積したが、そうした経験によって、日本の中小企業の制度的課題を認識していったと考えられる。

次に、石崎氏は株式会社タカコを設立した時に、ファブレスという形態と需要搬入の両方の機能を有するポジションを獲得した。それにより、東大阪地域という地域に立地する中小企業の技術領域をカバーしつつ、地域における正統性（正当性）（legitimacy）を獲得していったとする。最後に、石崎氏はゼネプロの設立について、「実験的な企業」と位置づけている点を紹介している。石崎氏は以上のプロセスを経て、アライアンス・ケイパビリティを発展させ、ゼネプロという「制度を『こえる』経験と正統性（正当性）の獲得を通じた、実験的な企業家的行動」を実現させていったと位置づけている。

第7章では、中小企業ネットワークの比較研究を行い、ゼネプロに関する研究成果の整理とゼネプロに関わる実践的課題の導出を行っている。アントレプレナーシップ研究における「根拠に基づいた知識（evidence-based knowledge）」の発展に向けた研究統合（research synthesis）のフレームワークにもとづき、ゼネプロと2001年に設立された中小企業ネットワークである京都試作ネットについて、それぞれのメカニズムについて比較研究を行っている。

比較研究の結果として、まず2つの中小企業ネットワークの共通性として、それぞれが（試作か量産かの差異はあるものの）、独自の責任・製造体制を構築し、受注活動を行っている点を指摘している。また、2つの中小企業ネットワークの違いとして、京都試作ネット

は『『信頼と競争の原理』と企業発展を内在する』メカニズムを有している一方、ゼネプロは「企業家の正統性（正当性）とインフォーマルなコーディネートによって企業を動員し、量産体制を構築する」メカニズムを有していることを明らかにしている。ゼネプロのメカニズムは、設立から実際に事業活動を行うまで、石崎氏の正統性（正当性）やパワーに依存する傾向にあることを課題として指摘しており、今後のゼネプロに対する実践的な課題として、継続的な受注の獲得を挙げている。

第 8 章では、第 7 章で明らかになったゼネプロの実践的な課題について、集積における新しい関係づくりの視点を念頭に置き、ゼネプロ・石崎氏とかかわる中小企業経営者と研究者の実践による仕事づくり（東大阪橋梁維持管理研究会）の事例研究を行っている。本章ではこの取組の概要と成果をみた上で、大西正曹氏（関西大学）のネットワーキングは中小企業経営者と研究者による仕事づくりを実践し、ゼネプロを支援しうる試みとして評価している。その上で、中小企業が広域的なネットワークを構築する上で、実践的なインプリケーションを導出している。すなわち、企業家自身のネットワーク構築能力のみならず、そういった実践的な仕事づくりに関与しうる関係に包摂されることによって、中小企業のアライアンス・ケイパビリティの「発展（development）」が可能となるのではないか、という仮説生成を行っている。最後に、実践的インプリケーションとして、ゼネプロと同様の仕組みが他地域で応用される、あるいは新たな方法で構築される場合においても、広域的なネットワークと企業単独での量産体制の構築には、仕事づくりを含む新たなネットワーキングの必要性を指摘している。

終章ではこれまでの各章の内容を要約・紹介するとともに、本論文のインプリケーションとして次の 2 点を挙げている。①中小企業のアライアンス・ケイパビリティについて、ゼネプロと石崎氏の事例をもとにその発展プロセスを明らかにしたこと。②中小企業のネットワーク、アライアンスをキーワードとしながら、中小企業の「個」を捉える視点からアプローチ、方法論までを体系的に提示したこと。その上で、本論文での限界と課題として、多くの戦略研究について紹介したものの、事例研究ではそのうちの一部しか活用できていないことを挙げている。また、方法論のいっそうの体系化が求められることや、さらに、本論文では中小企業の有する多様な側面に対して、既存研究をベースに論考してきたが、近年では特定の視点に拘束されない多様な認識論・存在論の重要性も指摘されており、新たな分析アプローチについても視野に入れて研究を行い、体系化していく必要があるとしている。

5 論文の評価

本論文の特徴は冒頭に示したように、①中小企業論において伝統的な中小企業本質論を再検討したこと、②経営学の視点から方法論についての体系的なレビューを行うとともに、

“ライフヒストリー”といった社会学の方法を採用して新しい質的研究を提示したこと、③アライアンス・ケイパビリティの発展について、上記②と関連するがゼネプロを取り上げ、時間軸を導入して丹念に事例研究を行ったことがある。このなかの①や②を明らかにするため、内外の先行研究について古典的な文献から最近のジャーナルまで膨大な文献を丹念に渉猟し、また、本論文との関係の中できちんと位置づけが行われ整理がなされている。この点はまず、研究者の持つべき素養として素直に評価される。

次に、本論文は中小企業を「層」や「群」としてではなく、「個」として捉える観点から分析を行っている。このため、主に戦略論の視点から多面的な文献研究を行っており、そこから中小企業の戦略論研究について事例（論文作成者は「特殊解」と表現している）に基づいた戦略研究の必要性や特殊解を捉える方法論の必要性について言及している。その上で、特殊解を捉える方法論の一つとして、論文作成者が社会学の分野にも造詣が深かったことから、中小企業研究に経営学と社会学の両視点の導入を図っている。すなわち、経営学の視点で中小企業研究をする際にはビジネスモデル分析など、ある一時点を中心に競争戦略的な分析が行われ、競争戦略を含む経営戦略全体の優劣が議論されてきたが、社会学の分野で用いられる“ライフヒストリー”を分析フレームに導入したことで、ある特定の時点での経営戦略がいかに構築されてきたかが明らかとなった。これには対象企業や経営者、それと関係する企業や経営者を複数回にわたって丹念にヒアリングすることが求められる。これは、近年の欧米での経営学研究が大量データを用いた計量分析が主流となってきた中で、ある意味日本的な中小企業研究の研究手法ともいえるが、中小企業を大企業とは異なり異質多元な存在として捉えている以上、個々の企業に対する質的な研究は不可避である。その意味でも中小企業経営者のライフヒストリーから中小企業経営を分析するという手法は、中小企業研究に対して新たな貢献をしたと評価できる。

このことが、中小企業研究においてさらに2つの貢献をもたらした。すなわち、①日本中小企業の広域的なネットワーク構築について、その企業家の能力の発展プロセスや支援となりうるネットワークのあり方について明らかにしたこと、②質的研究によって導出されたインプリケーションは、よりローカルに密着した知識産出、すなわち、東大阪地域の中小企業に対する具体的なインプリケーションを導出したことである。

このように、本論文について大きな意義が認められるものの、研究成果に対していくつかの課題も指摘される。

第一に、戦略論やネットワークに関して膨大な先行研究を渉猟しているが、ややもするとそこでの議論の紹介に振り回され、後半の事例による実証研究に全てが活かしきれていないこと、本論文の特徴であり学会への貢献でもある経営学と社会学の両視点から分析するという点が十分に強調されていないことがある。中小企業研究でこれまであまりされていなかったことに対するチャレンジングな試みであるだけに、その意義や分析フレームを明確に強調した方が良かったと思われる。

また、領域の異なる学問分野の先行研究をしていることもあり、本文中での用語の使い方が十分に整理されていない点も指摘できる。たとえば、本論文はタイトルにもあるように、「アライアンス・ケイパビリティ」が重要なキーワードとなっているが、本文中には「ネットワーク・ケイパビリティ」や「アライアンス・マネジメント・ケイパビリティ」といった用語も使われており、使い分けがされていない。言葉の定義を明確にしてから論考を進める必要がある。

第二に、論文作成者が「特殊解」とする事例研究の理論化に対する課題である。これは従来からもしばしば指摘されていることだが、少数の事例（極端には今回のように 1 社の事例）によってどの程度一般化できるのかという問題である。本論文では 1 社の事例にライフストーリーの視点を持ち込むことで現況のアライアンス・ケイパビリティを明らかにしようとしている。この点がまさに従来の中小企業研究にみられなかった新しい手法を導入し、これまで経営学的には弱かった点が補強された点として高く評価されるが、一方で、上述の課題は残されたままである。今後、事例の数を増やすことや比較研究を実施することが今後の課題として指摘できる。

第三に、第 8 章の章としての位置づけに関する課題である。全体の流れからすると補論、あるいは終章の中に収めたほうが本論文全体として構成がすっきりすると思われる。すなわち、第 8 章はある大学研究者の持つ豊富なネットワークを実践に活かすような取組が紹介されているが、結果としてその取組が成功しておらず、またその取組内容もたとえばネットワークキングを仕事とするブローカーであっても良いと考えられることから、大学研究者が実施すべき必然性はないと思われる。記述も単にこれまでの取組の現状を解説したものとなっており、それまでの章と比べ平板なものとなっている。

以上、本論文に対しいくつかの課題が指摘されるものの、このことで論文全体の価値が損なわれるものではない。現在、論文作成者は大学院博士後期課程に在学中だが、4 月から大学教員として就職も内定している。今回の論文作成に当たり中小企業研究者として新しい視点を導入したことや、導入に際しては丹念なフィールドワークを行っているほか、文献研究にも問題はなく、中小企業研究者としての素養を十分に身につけているといえる。今後、新天地において一層の研究発展を期待したい。

6 判定

本論文の貢献および所定の試験の成績を考慮して、本論文の提出者が博士（経営学）の学位を授与されるのに十分な資格をもつものと判定する。